

ПОСТРОЕНИЕ «ДОМА КАЧЕСТВА». ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЯ

А.С. Ивашенко
Томский политехнический университет
asb73@tpu.ru

Введение

Для повышения конкурентоспособности продукции, компании все чаще прибегают к использованию метода, который на слуху может отражаться как «Дом качества», QFD, развертывание функции качества.

С возрастанием популярности, в научной среде появляется множество статей на данную тематику, как правило, рассказывая примеры и результаты построения этих домов. Примеры требований и готовых «Домов качества» к кофе, сливочному маслу, частям автомобиля и множество других продуктов, уже рассмотрены в статьях. Кто-то приводит построение лишь одного – первого дома, кто-то разворачивает для удобства до 5 и более.

В данной работе представлены особенности, с которыми пришлось столкнуться при выполнении первого этапа построения «Дома качества» для конкретного продукта.

Краткое описание метода QFD

Метод QFD – удобен для принятия решений, способствует решению наиболее важных для клиента характеристик существующей, или разрабатываемой продукции. Результат может включать в себя несколько матриц соответствия от требований заказчика к техническим характеристикам, а затем к характеристикам деталей [2].

К этапам построения матрицы QFD относятся: 1 – определение требований потребителей, 2 – выявление важности определенных требований, 3 – разработка технических характеристик продукции, 4 – определение взаимосвязи между техническими характеристиками и требованиями потребителей, 5 – определение корреляционной зависимости технических характеристик (построение крыши), 6 – учет влияния конкурентов.

Результатом выполнения перечисленных этапов служит исходная информация для технического задания на разработку продукции.

Метод QFD на конкретном примере

В работе рассматриваются данные конкретной компании по производству медицинских и ветеринарных изделий. В основе работы рассматриваемых изделий как для ветеринарии, так и для медицины заложен единый принцип – коагуляция.

Для понимания необходимости внедрения той или иной разработки, улучшения было принято решение построить «Дом качества». Применение изделий происходит в комплексе «Аппарат + Принадлежности», по этой причине и рассматриваться они будут вместе.

Первым и основополагающим этапом построения является выявление требований потребителя. На данном этапе возникает понимание, что необходимо обязательно учитывать различные требования клиентов (не только высказанные, но и подразумеваемые, и неосознанные). Для решения данной задачи и выявления требований – «голоса потребителя», обрабатывались данные опросов клиентов на выставках, результаты анкетирования, все рекламационные обращения за последние 3 года, а также случаи с подобными аппаратами (в том числе и судебные разбирательства) из сети Интернет.

Соотношение рассмотренных данных представлено на рисунке 1.



Рис. 1. Источники получения требований клиентов

В ходе данного сбора и обработки данных, возникла необходимость разделения полученных требований на те, которые относятся к медицине, и относящиеся к ветеринарии. Этому поспособствовали различные особенности проведения подобных операций. Например, один набор принадлежностей для медицины, может совершенно не подойти для ветеринарии – где операции могут проводиться как на крупных животных (лошади), так и на маленьких (котята, хомячки).

Также, из-за отличий российского и зарубежного рынков (из-за различий в развитии, эти требования отличаются), произошло дальнейшее разделение. В результате, на изделия, выполняющие одинаковую функцию – коагуляцию, появилась необходимость в построении четырех различных матриц (конечно, не исключая связи между ними).

Аудитория опрошенных потребителей представлена на рисунке 2.

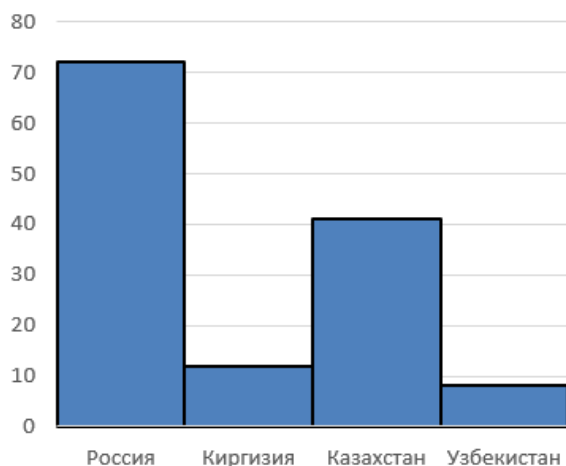


Рис. 2. Соотношение опрошенных потребителей (количество - страна)

Для удобства обработки большого количества требований, они были объединены в пучки свойств. К выявленным пучкам свойств относятся: безопасность продукции, удобство в использовании, понятность использования, надежность (долгий срок службы), приятный внешний вид и другие.

Для каждого требования указано количество обращений к нему, тем самым учитывается важность тех, или иных требований клиентов.

Для выполнения дальнейших этапов построения «Дома качества», собрана рабочая группа. В состав рабочей группы включены сотрудники отдела разработки. Задачей является разработка технических характеристик к продукции.

Заключение

Несмотря на то, что работы по построению «Дома качества» еще далеки от завершения, уже можно выделить пользу от использования данного метода.

Во-первых, начав обрабатывать требования клиентов в комплексе, возникает понимание – что

же является наиболее важным для клиента, на что стоит обратить внимание при дальнейших разработках, а к выполнению каких требований стоит стремиться уже сейчас.

К основным требованиям потребителей вынесены – безопасность (как для оператора, так и для пациента), удобство использования принадлежностей, надежность изделий.

Во-вторых, завершенная матрица QFD позволит не просто понимать требования потребителей, но и покажет инженерам, каким образом реализовать эти требования. Это позволит избежать корректировки параметров продукта после его появления на рынке.

Список использованных источников

1. Вашуков Ю.А., Дмитриев А.Я., Митрошкина Т.А. QFD: Разработка продукции и технологических процессов на основе требований и ожиданий потребителей: метод. указания Самара: Изд-во Самар. гос. аэрокосм. ун-та, 2012. – 32 с.
2. Пономарев С. В., Мищенко В. Я. Управление качеством продукции. Инструменты и методы менеджмента качества: учебное пособие. М.: РИА Стандарты и качество. 2005. — 248 с.
3. Дуць А. О., Ребезов М. Б., Ребезов Я. М., Ковтун М. А., Зинина О. В. Разработка «дома качества» для производства мясных снежков Журнал: Молодой ученый. 2014. № 9 (68). С. 135–139.
4. Прохасько Л. С., Третьяк Л. Н., Смольникова Ф. Х., Мардар М. Р. Построение «дома качества» для кофе натурального жареного молотого // Вопросы экономики и управления. — 2015. — №1. — С. 42-45. — URL <https://moluch.ru/th/5/archive/10/228/> (дата обращения: 10.11.2018).
5. Т. Г. Аблатыпов. Достижение удовлетворенности потребителей. Методы менеджмента качества (Москва) - 06.12.2005
6. Альхамова Г.К., Залилов Р.В., Асенова Б.К. Построение «Дома качества» для сливочного масла. Журнал: Технические науки – 08.2015.